



# 宁波：谋划打造区域文化中心城市

## 宁波建设区域文化中心城市的必要性和可行性

张英

区域文化中心城市，主要是指在区域内具有强大文化资源集聚能力和文化发展辐射能力的中心城市，主要特征包括先进的文化引领力、高度的文化创新性、高效的资源配置力和强大的文化辐射力。宁波建设区域文化中心城市，既有必要、有基础，也有空间、有前景。

### 一、宁波建设区域文化中心城市的重要意义

1、落实习近平总书记对宁波的殷切期望。2002年时任浙江省委书记的习近平同志在宁波调研时提出，宁波必须站得更高一些，看得更远一些，想得更深一些，发展得更快更好一些，努力在新一轮的竞争中继续保持领先地位。2023年9月，习近平总书记在浙江考察期间要求，浙江要在建设中华民族现代文明上积极探索；10月，习近平总书记对全国宣传思想文化工作作出重要指示强调，围绕在新的历史起点上继续推动文化繁荣、建设文化强国、建设中华民族现代文明这一新的文化使命。谋划建设区域文化中心城市，在新征程上传承赓续历史文脉，解码城市文化基因，是贯彻落实习近平总书记重要指示精神、积极承接国家重大文化战略的重要体现，也是宁波在新起点上服务建设中华民族现代文明的责任担当。

2、推进区域协同发展的重要方面。2019年12月，中共中央、国务院印发的《长江三角洲区域一体化发展规划纲要》，对长三角一

体化发展提出明确要求。2023年11月，习近平总书记在上海主持召开深入推进长三角一体化发展座谈会并发表重要讲话，从全局和战略高度擘画长三角一体化发展新蓝图。长三角城市群地缘相近、人缘相亲、文脉相通，经济互补性强，深入推进长三角一体化发展，不仅需要推动城市群之间协同发展，更需要通过发挥文化的融合创新功能，开展广泛交流合作。宁波作为长三角南翼经济中心、长三角五大都市圈核心城市之一，在发掘区域文化对城市发展的示范引领和重要推动作用上同样肩负使命，尤其在加强文化交流、推动文化合作、促进文化开放等领域作出应有的示范。

3、跻身城市发展第一方阵的重要举措。“十四五”期间，宁波以加快打造现代化滨海大都市、争创社会主义现代化先行市、建设共同富裕先行市为新的发展目标，推进新一轮城市建设和文化发展。与宁波经济的硬核表现相比，“经济强，文化弱”现状尚未得到根本性改变，经济硬实力与文化软实力不相匹配问题依旧突出。因此，宁波文化创新发展不能局限于“谋一域”“谋一城”，应在“争创城市样板、打造一流城市、跻身第一方阵”的大视野中谋划区域文化中心城市，对标全国文化中心城市，补齐文化发展短板，塑造一流文化软实力，为宁波打造现代化滨海大都市、中国式现代化城市样板谱写文化新篇章。

### 二、宁波建设区域文化中心城市的基础优势

1、历史文化底蕴有厚度。宁波拥有8000年人类文明史、2500年港口发展史、1200年中心城市建设史，是“中国大运河”的入海口和“海上丝绸之路”的始发港。河姆渡和井头山的考古发现说明，宁波是史前海洋文明和稻作文明融合发展的标志性区域。宁波历史上曾经是宋元东亚文化交流中心和明清浙东学术文化中心，实质上形成过区域文化中心城市之称，迄今在日本仍有“圣地宁波”之称。以海洋文化、藏书文化、阳明文化、商帮文化等为代表的地域文化底蕴深厚，又与时俱进，构成具有鲜明滨海特色的城市印记。全国重点文物保护单位、国家级非物质文化遗产数量分别居副省级城市第5位和第2位。

2、当代文化建设有亮度。宁波高分实现全国文明城市“六连冠”，14次获评“中国最具幸福感城市”，“一人一艺”全民艺术普及工程在全国同类城市前列，在全国率先构筑“十五分钟文化圈”，在全省率先实现农村文化礼堂建设全覆盖，“一人一艺”全民艺术普及工程效果显著，被文化和旅游部授予全国首个“全民艺术普及推广示范中心”。文艺精品创作成果显著，自2003年以来，电视剧《向东是大海》、图书《望道》等23部作品入选全国精神文明建设“五个一工程”奖，85部作品入选“五个一工程”奖，45件作品获得全国各类示范性文艺奖项，获奖数量名列全国副省级城市和计划单列市前茅。文化制造业总量位居全省第一，大丰实业被评为国家文化和科技融合示范基地，提名“全国文化企业30强”。

3、区域发展定位有高度。宁波都市圈是长三角一体化发展战略重点发展的五大都市圈之一。在上海大都市圈发展规划中，宁波定位是综合性全球城市。《宁波市加快发展海洋经济 建设全球海洋中心城市行动纲要(2021—2025年)》明确表示，到2035年，宁波基本建成全球海洋中心城市，其中就包括建成“包容共享的海洋文化交流中心”。全球城市要成为全能城市，文化发展至关重要。2022年宁波地区生产总值达到15704.3亿元，2023年同比增长5.5%，在和杭州唱好“双城记”、共同带动全省和区域发展中将发挥重大作用。

4、对外开放交流有广度。习近平总书记在浙江工作时指出，宁波是我国重点沿海开放城市，是浙江对外开放的重要窗口。如果说港口是宁波最大的资源，那么开放应当是宁波最大的优势。作为我国国内国际双循环战略格局中的重要节点和枢纽城市，宁波是亚太开放的重要门户，宁波舟山港是世界第一大港，拥有249条国际航线，货物吞吐量连续15年位居世界第一。宁波拥有110个国际友好城市，是国家唯一的中东欧贸易示范区，在全世界具有较强的影响力。得益于宁波的开放优势，宁波的对外文化交流步伐也走得稳健有力，成功举办过海外文化节、亚洲艺术节、国际港口文化节、世界阳明学大会等活动，建成了在中东欧国家揭牌运营的第一家中国文化中心——索菲亚中国海外文化中心。

(作者为市社科院文化研究所所长)

## 宁波谋划建设区域文化中心城市的路径选择

市社科院课题组

宁波要有服务“国之大者”、勇担时代重任的自觉和使命，旗帜鲜明地把“打造独具港城文化魅力的区域文化中心城市”作为未来一段时期宁波的文化发展目标，不断提升宁波文化的引领力、辐射力、创新力和吸引力，争当建设中华民族现代文明的城市样板。

### 一、加强顶层设计，激发区域文化中心城市引领力

一要以更高站位布局谋划。站在服务“国之大者”和区域一体化发展高度，制订推进区域文化中心城市建设的总体规划。明确区域文化中心城市建设的定位、近中远期目标、重点打造的文化品牌，强化重要文化设施、文化空间、文化产业支撑，完善重大文化项目推进落实机制。

二要以更强合力探索新路。发挥政府和市场、国企和民企共同优势，坚持规划谋划、投资建设、内容生产、策划设计、运营管理并重，走出一条党委有谋、政府有为、市场有效、社会有责的文化发展新路。强化财政、税收、科技、人才政策和文化政策的衔接，强化长期规划和年度政策的衔接，形成政策合力。

三要以更大胆魄突破瓶颈。着力破解投入和人才两大瓶颈。着力设置文化建设和方面的投入增长比例，确保公共财政对文化投入增长幅度不低于财政经常性收入增长幅度。制订宣传文化队伍中长期规划，把文化社科人才纳入甬江人才工程，推进“文化艺术新秀”培养计划，创新文化产业人才引进政策。

### 二、擦亮文化品牌，凸显区域文化中心城市辐射力

一要强化“海”的韵味。加快井头山遗址考古发掘和河姆渡国家考古遗址公园建设，实质性启动百里三江文化长廊优化提升工程，系统挖掘全市海岸线海防文化遗址，串点成线打造海防文化带，谋划建设东海海防博物馆，打好“海洋文明起源地”“海丝活化石”“中国海防文化第一城”三张海洋文化牌。重启国际港口文化节，聚力打造一个有全国影响力的国际港口文化节，整合现有中国(象山)开渔节、海丝文化旅游博览会、海丝港口国际合作论坛、亚洲海洋旅游发展大会等与海洋相关的节庆活动，作为港口文化节的重要活动板块；学习汉堡、鹿特丹国际港口节的举办经验，运用现代科技手段呈现“滨海宁波 扬帆世界”的丰富场景，形成对标国际一流的全国城市标杆文化节展。

二要提升“帮”的温度。坚持“四个并重”——企业家和院士并重，新老宁波帮并重，沪港宁波帮并重，海内外宁波帮并重，着力打响宁波帮文化品牌。高水平办好世界“宁波帮·帮宁波”发展大会。改造提升宁波帮博物馆，升级宁波帮文化公园，以镇海庄市老街改造城市更新项目为契机，谋划建设宁波帮特色文化街区，将庄市打造成在海内外具有强大感召力的商帮文化核心区。

三要展示“学”的魅力。深入实施宁波文化研究2.0工程，以宁波学的构建为重点，以建设文化高地、提升城市形象为目标，深入挖

掘阳明心学和四明学派、姚江学派、深宁学派、经史学派的当代价值，让经世致用、知行合一、广纳博采、开放创新成为宁波城市人文精神内核。强化学思用一体推进，把文化研究和传播、展示、体验结合起来，实施“宁波名人”风采弘扬计划，建设名人馆、名人园、名人街，让学术文化和名人精神遍布三江六岸。

### 三、全面深化改革，提高区域文化中心城市创新力

一要加强推进体制机制创新。创新规划管理体制，在空间总体规划制订中充分体现宁波的文化元素，提升城市气质。统筹全市文化资源管理，集约集中做好重大文化资源开发保护、重大文化设施建设统筹。结合城中村改造和城市更新改造，优化文化空间布局，推动特色历史文化和当代文化品牌建设落地。重点培育民营资本参与国有文化企业的股份制改造，提高国有文化企业规模实力和综合竞争力。

二要不断强化文化产业创新。学习深圳经验，拓展数字文化内容业务，力推制造与创意设计、数字技术互促共生。鼓励大丰实业、新文三维等重点文化制造企业延伸产业链，重点培育发展数字创意、数字新媒体、沉浸式艺术展等新模式。坚持专业公司运营专业园区，引导宁波国家广告产业园、和丰创意广场、民和产业园等国家级、省级文化产业园重点发展数字内容产业，推动建设全国数字文化产业新兴集聚区。鼓励文化龙头企业整合资源建设专业化的文化产业园，培育若干领军企业，加速推动大丰实业入围“全国文化企业30强”，1—3家企业获“全国文化企业30强”提名。

三要大力推进文化平台创新。搭建文化智造云平台，依托国家文化和科技融合示范基地，推进文化装备云、文具云、玩具云等专业化云平台建设，建设标准统一、便捷高效的共享产业服务平台。搭建大型文化中介平台，培育组建各类文化中介组织，鼓励一批有基础的文化中介机构不断向规模化、品牌化、网络化方向发展。

### 四、坚持文化惠民，增强区域文化中心城市吸引力

一要优化提升公共文化服务的标准水平。优化基本公共文化服务标准和保障标准，建立动态调整机制，使宁波标准达到“省内一流、全国领跑”。积极引导和参与长三角、宁波都市圈公共文化服务一体化发展，力争“十四五”末实现公共文化场馆社保卡一卡通全覆盖。

二要加快建设一批特色鲜明的公共文化空间。加快市非遗馆、新音乐厅、新文化馆、天一阁南馆等地标性重大文化设施建设进度。深入实施文化新空间“十百千”工程，建设提升一批具有港城鲜明标识的特色公共文化空间，构建“15分钟高品质文化生活圈”。推动每万人公共文化设施面积数值达到长三角领先水平。

三要构建深入居民生活的文化消费场所。支持公共文化设施叠加文化休闲、主题旅游、商业零售等功能，积极引导社会主体参与文化市场构建。大力发展独立书店、私人画廊、民营博物馆等个性化文化空间，构建一批文化品位和商业服务高度融合的高品质文化消费场所。

## 宁波与区域文化中心城市有差距

陈珊珊 谢秀琼

宁波建设区域文化中心城市有必要、有基础，但对照区域文化中心城市的内涵和特征，对标国内北京、上海等当之无愧的文化中心城市，宁波与实质性的区域文化中心城市之间还存在较大差距，具体表现在以下四个方面。

### 一、文化引领力不强

从文化发展目标导向看，宁波缺少引领区域、国家发展的视野和魄力。根据国内先进城市的“十四五”文化发展规划，上海、深圳、广州、成都、南京、青岛等都提出“全球性”“国际化”“世界级”“国家级”的文化远景，而我市“建设独具魅力文化强市”的目标定位，立足于宁波谈宁波，缺少站在区域、国家、全球看宁波的宏观视野，城市文化建设的魄力不足。

从城市自身文化发展水平看，宁波文化对“港产城文”融合发展的引领和支撑作用尚未充分发挥，文化依然是宁波一流城市建设的突出短板。与经济硬实力相比，宁波文化发展长期落后于经济发展的局面没有得到根本性扭转。

从对周边区域的实际文化影响看，我市在价值观念、审美趣味、文化消费、生活时尚等方面的引领功能仍较为有限。据统计，2022年宁波的消费市场外地客群占比15%，远远低于杭州的33%、南京的29%。

### 二、文化创新力不够

一是全国性的文化制度创新较为稀缺。近年宁波文化领域涌现的在全国有一定创新性、影响力的标

志性成果和引领性案例在减少，国有文化企业改革、媒体融合等文化体制改革成效不够显著。国内先进城市如上海、深圳等，改革创新的步子明显迈得更大一些。比如，2023年上海博物馆举办了为期98天的“从波提切利到梵高：英国国家美术馆珍藏展”，共吸引42万人次观展，展览总收入6900万元，盈利3500万元。上海博物馆之所以能取得这样骄人的成绩，得益于《上海市公共文化设施收费管理办法》。办法规定，“博物馆等公共文化服务设施可以规范实施收费行为”“所得收入，由管理运营方支配，并应用于公共文化设施的维护、管理和事业发展”，极大释放了公共文化设施运营活力。

二是优秀地方文化资源的创造性转化与创新性开发不足。与宁波丰厚的文化底蕴相比，宁波对地域文化资源的挖掘和转化不深入，缺少有规模、有深度、高质量、成体系的集成性地方文化研究成果。不少文化遗存或束之高阁或孤悬一隅，没有有效转化成高辨识度、有特色、易传播的城市文化品牌和城市文化地标。对地域文化的产业开发不成规模，文化和旅游深度融合发展不够，融合层次不高；地域文化在文化内容产业发展中贡献度低。

三是文化产业创新能力不足。对引领性的文化产业项目缺少谋划，少有如成都东郊记忆这样的成功项目。以创新、创意为主要特征的文化内容产业占比低，在全市文化产业增加值中的占比低于20%。文化服务业中缺乏新兴主导产业和高能级产业集聚平台，数字

文化产业与杭州差距显著，杭州入选第一批(2022年)、第二批(2023年)浙江省数字文化梯度培育企业总数为50家，占全省的61%；宁波仅为16家，占全省的20%。传统文化制造业的数字化转型也面临一些现实困境。

### 三、文化配置力偏低

一方面，资金、人才、土地等文化发展要素配置能力不强。如资本方面，文化领域投资活力不足，社会资本、市外资本对进入宁波文化领域持观望态度。以2022年度宁波十大文化投资项目为例，纯社会资本投资的项目仅4个；10个项目共计投资106.3亿元，其中市外资本为33亿元，约占31%。人才方面，宁波文化名家储备长期存在有名家到了一定程度留不住和引进的名家工作重心不在宁波等问题。宁波拥有省级文化领域优秀人才基数低于全省平均水平。

另一方面，展会、节庆、专业交易市场等重要平台配置能力较弱。缺少现象级重大会展品牌，现有大文化活动策划普遍存在规格不够高、影响力不够大的问题。国字号的开渔节、徐霞客开游节实际上一直是县级层面在操作，在连续举办二十多届后，因缺少新的文化内涵注入也出现了不同程度的疲软。现有的浙江书展和国内一流书展如上海书展、香港书展相比有较大差距；海丝之路文博会展面临的同质化竞争严重，吸引优质文产企业参展能力不足。缺少如深圳的中国油画村、北京的潘家园古玩艺术品市场这类大规模、有活力的区域性文化产品交易市场。

### 四、文化辐射力有限

一是城市文旅实力较弱。在《2022中国城市旅游影响力100强》中，宁波排名第48，在副省级城市中排名第12。2023年上半年，西安共接待游客1.24亿人次，成都1.15亿人次，苏州9108万人次，杭州5323万人次，而同期宁波仅为2500万人次，差距显而易见。

二是城市形象魅力不足。在《中国潮经济·2021网红城市百强榜》中，宁波排名第15；在《2021年中国城市品牌影响力报告》中，宁波排名第14，而杭州在这两份榜单中均排名第3。

三是国际文化影响力待提升。“参考智库”发布的《中国城市对外交往影响力分析报告(2022)》以9个国家中心城市和5个计划单列市为研究对象，宁波对外交往影响力处于第四梯队；在《中国城市海外影响力分析报告(2022)》中，宁波虽斩获“文化旅游美誉度领军城市”殊荣，但海外影响力位列第15，处于第三梯队。当前宁波在国际文化传播力、海外文旅影响力、城市文化国际认可度等方面大体处于第三、第四梯队，与“争创城市样板、打造一流城市、跻身第一方阵”目标不相匹配。宁波对外文化贸易实力有待提升，历次入选国家文化出口重点企业数量呈下降趋势，目前尚未有人选国家对外文化贸易基地、国家文化出口基地，在争取国家政策支持方面与上海、杭州、南京、苏州等城市拉开距离。

(作者分别为市社科院文化研究所所长、宁波市职业技术学院教授)